



ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
И СОЦИАЛЬНЫЙ СОВЕТ

Distr.
GENERAL

TRADE/WP.7/GE.1/2002/20/Add.11
25 July 2002

RUSSIAN
Original: FRENCH

ЕВРОПЕЙСКАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ КОМИССИЯ

КОМИТЕТ ПО РАЗВИТИЮ ТОРГОВЛИ,
ПРОМЫШЛЕННОСТИ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Рабочая группа по разработке стандартов на
скоропортящиеся продукты и повышению качества

Специализированная секция по координации
разработки стандартов на свежие фрукты и овощи

ДОКЛАД О РАБОТЕ СОРОК ВОСЬМОЙ СЕССИИ

Добавление 11

Примечание секретариата: В настоящем документе излагается позиция Франции по вопросу использования торговых марок в общих стандартах торгового качества.

Позиция Франции по вопросу использования торговых марок в общих стандартах торгового качества

1. В целом ряде стандартов прямо говорится об указании названия разновидности в маркировке фруктов и овощей. Франция является твердым сторонником такой практики.
2. Действительно, для потребителя разновидность может иметь решающее значение при покупке продукта. Таким образом, указание названия разновидности является важной информацией для выбора покупателя.
3. Французские контрольные органы не возражают против указания торговых марок в колонке рядом с перечнем разновидностей в качестве факультативной информации.
4. В то время как патентование новых разновидностей растений относится, несомненно, к области публичного права, торговые марки относятся главным образом к сфере частного права. Следовательно, было бы нелогично признать преимущество за торговыми марками в стандартах, которые должны применяться единообразно целым рядом стран.
5. С другой стороны, в контексте применения как французских, так и европейских норм в области конкуренции возможность признания преимущества за торговыми марками по сравнению с использованием названий разновидностей или даже замещения ими названий разновидностей выглядит маловероятной.
6. В то же время использование названий торговых марок создает проблему на уровне установления требований к различным классам качества. На практике перечисление торговых марок содействовало бы также своего рода избирательному распространению продуктов среди участников рынка.
7. Широкое использование торговых марок может привести к нарушениям механизмов конкуренции или созданию преимуществ, способных сделать использование той или иной марки неизбежным и способствовать в перспективе усилению позиций некоторых операторов (производителей и/или акционеров, являющихся владельцами марок) на рынке.

8. Стандарт не должен ставить какую-либо марку в более выгодное положение по сравнению с другой.

9. Что касается будущих обсуждений, то одним из компромиссов, содействующих нахождению общего решения, могло бы являться разрешение указания названия торговой марки в факультативном порядке при условии, что название разновидностей будет указываться в маркировке.
